

成田悠輔氏が初めて語る 企業の広報 PR 学びとつながりの PR TIMES カレッジ 5/23 に 3 年ぶり開催

- 東京・大阪 2 会場 750 名。テーマ別分科会と広報担当同士の交流会も実施 -

プレスリリース配信サービス「PR TIMES」等を運営する株式会社 PR TIMES（東京都港区、代表取締役：山口拓己、東証プライム：3922）は、2022 年 5 月 23 日（月）に学びとつながりのコミュニティイベント「PR TIMES カレッジ」を 3 年ぶりに開催いたします。

第一部

成田悠輔氏が初めて語る 企業の広報 PR

イェール大学助教授
半熟飯想株式会社代表取締役
成田悠輔



第二部

コミュニティ内で学ぶテーマ別分科会

vol.6
5 月 23 日（月）15:00 開催 **PR TIMES カレッジ**



通算 6 回目となる今回は、第一部にイェール大学助教授の成田悠輔氏に登壇いただき「言葉の力～伝えること、伝わらないこと、あえて伝えないこと～」についてお話しいただきます。第二部は、広報担当者による異なるトークテーマの分科会を開催し、ご自身の課題にあった分科会にご参加いただきます。トークセッション後には交流会の時間を設けていますので、“学び”と“つながり”の 1 日にしていきたいと思っています。

【参加申込フォーム】 <https://tayori.com/f/prtimes-college06/>

【これまで開催された PR TIMES カレッジの様子】 <https://prtimes.jp/college/>

PR TIMES カレッジ vol.6 開催概要

- ◆開催日程：2022 年 5 月 23 日（月） 開場 14:15／開演 15:00／終了予定 19:00
- ◆開催場所：東京会場 ザ・プリンス パークタワー
大阪会場 ハイアット リージェンシー 大阪
- ◆テーマ：「今、企業に必要な広報 PR を考える。知りたいリアルをコミュニティ内で学ぶ。」
- ◆プログラム：時間が前後する場合がございます。予めご了承ください。
14:15～15:00 受付
15:00～15:05 オープニング
15:05～16:50 成田悠輔氏講演（休憩込み）※大阪会場は中継映像となります
16:50～19:00 分科会、交流会（休憩込み）
会場 A シフト 16:50～17:15 休憩、17:15～19:00 分科会、交流会
会場 B シフト 16:50～17:30 休憩、17:30～19:00 分科会、交流会

【第一部】成田悠輔氏登壇：今、企業に必要な広報 PR を考える。

イェール大学助教授や起業家としての顔だけでなく、テレビでは爽快感なコメントで視聴者から多数の支持を得るなど多くの分野で活躍される成田さんは、企業の PR についてどう考えているのでしょうか。「言葉の力～伝えること、伝わらないこと、あえて伝えないこと～」の背景には、写真や動画による情報が増えたこと。その世の中で想いを伝えるスピードや量への限界、そして、リスクを考えすぎることによって表現の抑制が生まれているという現状があります。

自社の広報 PR の成功は、自社への理解と行動した当事者からの発信などが挙げられます。今、企業の想いを伝えられる PR とは何か、そして差別化できる PR はどうすべきか。これまで広報 PR について語ってこなかった成田さんですが、ご自身でプレスリリース執筆のご経験もあり、成田さんの視点で広報 PR を語っていただきます。

成田悠輔氏 プロフィール

夜はアメリカでイェール大学助教授、昼は日本で半熟仮想株式会社代表。専門は、データ・アルゴリズム・数学・ポエムを使ったビジネスと公共政策の想像とデザイン。サイバーエージェント、ZOZO、Yahoo! JAPAN、メルカリ、ソニー、茅乃舎、ニューヨーク市、シカゴ市、戸田市などと共同研究・事業を行う。日経テレ東大学・ReHackのMCやテレビ朝日・報道ステーション、TBS・サンデージャポン、NHK・クローズアップ現代、アベマTV・アベマプライムなどのコメンテーターも務める。東京大学卒業後、MITにてPh.D.取得。一橋大学客員准教授、スタンフォード大学客員助教授、東京大学招聘研究員、独立行政法人経済産業研究所客員研究員などを兼任歴。



成田悠輔氏 コメント

「広報」とは何か？ど素人の部外者から見た天国と地獄

うまくいった企業広報は満開の桜のようです。伝えたいモノや場所のイメージが花ひらいて鮮烈に伝わってくるあの感じ。そして NIKE や Apple や (昔の) ソニー---企業の名前を聞いただけでかけがえのない雰囲気立ち上がる、あの感じです。

しかし、ほとんどの企業広報は逆です。むしろ踏み潰された落ち葉のような存在でしょう。広告感がぷんぷん漂ってできればスキップしたい何か。ちょっと気を抜くと火がついて燃え上がって信用が地に落ちる何か。掃除してしまいたいけどダルい何かです。

要するに、企業広報は天国と地獄です。

何が天国と地獄を分けるのか？企業広報のど素人の部外者だからこそ見えるものを、「伝えること、伝わらないこと、あえて伝えないこと」という切り口から考えてみます。

そもそも広報なんてして何になるのか、どうすれば伝わるのか、動画や画像と比べた言葉の力とはなにか、炎上や無視はどう起こるのか、あえて伝えずに妄想や雑談を促す「空白」をどう作り出すのか、などなど。データとポエムを交えながら軽率に考えてみます。

【第二部】テーマ別分科会：知りたいリアルをコミュニティ内で学ぶ。

第一部「言葉の力～伝えること、伝わらないこと、あえて伝えないこと～」で学びを得た後は、ご自身の課題や目標に合わせた分科会にご参加いただきます。そして、分科会の後は、同じ課題や目標をもった参加者どうしで交流を図っていただきます。分科会テーマとプロフィールは以下の通りです。(商号に含まれる会社種別名を除いた五十音順にて、会場別に記載)

【東京会場】

《テーマ》今日のランキング常連。年間 226 本を配信する企業のプレスリリース活用術
 アークランドサービスホールディングス株式会社 社長室広報担当マネージャー 鈴木恵美氏
 〈コメント〉広報の立ち上げで PR TIMES に出会った時から、どうすればリリースを見てもらえるかを試行錯誤しています。ひとつの例として、同じく試行錯誤されている方のお役に立てれば嬉しいです。

〈プロフィール〉1983年生まれ。食べることが好きで、学生時代に栄養士免許を取得。新卒で入社した弁当・惣菜チェーンでは、店舗運営をはじめ能動的な広報の立ち上げと社長秘書を担う。2019年8月アークランドサービスホールディングス株式会社へ社長室・広報担当マネージャーとして入社。ブランドロイヤリティを高める役割として奮闘中。



《テーマ》取材を呼び込む。広告や宣伝とは異なる、企業のビジョンを伝える広報活動
 株式会社クラス 広報 小林美穂氏

〈コメント〉広報になりたての方、立ち上げたばかりの方など、何から始めるか悩んでいる方も多いと思います。私にも同じ経験があります。今回は2社のスタートアップ企業の広報立ち上げの経験を元に、お話をさせていただきます。

〈プロフィール〉建築科を卒業後、CADオペレーターや美容機器販売、ITベンチャー、大手レコード会社宣伝部、士業特化の人材紹介などを経て入社した保育 Tech 企業で自ら立候補し、広報職に就く。2020年8月、CLAS にひとり目のインハウス広報として入社し、広報立ち上げ。



《テーマ》オープンな IR コミュニケーションを目指す広報施策

サイボウズ株式会社 コーポレートブランディング部 広報 山見知花氏

〈コメント〉サイボウズの IR は、理念に共感する株主を増やすためのコミュニケーションや、オープンでフラットな情報開示をするための工夫に取り組んでいます。当日は、それらの活動についてお話をいたします。

〈プロフィール〉2019年1月サイボウズ株式会社入社。コーポレートブランディング部に所属し、メディア対応など広報業務を担当。ほか、IR コミュニケーション施策の一環として、IR イベント企画やコンテンツ制作などを行っている。



《テーマ》企業の拡大期における広報。社外への発信と組織体制強化・危機管理について
 株式会社 SmartHR マーケティンググループ マネージャー 荒木彰氏 / 広報 洪由理氏

〈荒木彰氏〉ポータルサイト、ウェブメディアなど複数のウェブ系企業でマーケティングを経験した後、2016年に株式会社 SmartHR に入社。以来マスマーケティング領域のPJを先導し、2021年にブランドマーケティングおよび広報チームのマネージャーに就任。趣味は読書とギターとフリスビーとけん玉とワイン。

〈洪由理氏〉アパレル企画 PR 会社でアパレルブランドの PR や化粧品開発を経験し、その後 PR 会社に入社、主に自治体や IT 企業の PR、危機管理案件を担当する。2020年9月、株式会社 SmartHR 入社。広報業務を推進しつつ、組織体制の強化や危機管理を行う。



《テーマ》守りから攻めの広報へ、変革期の広報基盤づくりについて

パイオニア株式会社 コーポレートコミュニケーション部 部長 角谷朗子氏

〈コメント〉会社の転換期における“守り”の広報から再成長に向けた“攻め”の広報へ。会社につけられた枕詞は簡単には変わらない、そんな広報の悩みどころや勘所を中心にお話できればと思っています。

〈プロフィール〉大学卒業後、新卒でパイオニア入社。営業からスタートし、商品マーケティング担当を経て 2011 年より広報業務に携わる。2 度の社長交代、上場廃止、構造改革など多くの転換期を広報担当者として努め、現在は広報と WEB の 2 部門 10 名をまとめるコーポレートコミュニケーション責任者。



《テーマ》サステナビリティ、理念の浸透。KPI を置かずテレビ露出 17 本実現の背景
 株式会社ユーグレナ 広報宣伝部長 北見裕介氏

〈コメント〉持続可能な循環型社会をめざし、ユーグレナ社はさまざまな技術革新の社会実装を食品・化粧品・バイオ燃料・遺伝子解析などの分野で進めています。その広報活動の一端をご紹介します。幸いです。

〈プロフィール〉下着メーカー、化粧品メーカー、IT 企業を経て、2019 年に株式会社ユーグレナに入社。これまで、情報システム、Web 担当、宣伝、EC、広報を経験。ユーグレナ社では、広報宣伝部の部長として、広報全体の企画・実施やオウンドメディア施策の企画策定、商品・素材の PR などを管轄している。



【大阪会場】

《テーマ》商品開発部との連携強化。広報活動の目標設定と分析、ネクストアクション
株式会社フェリシモ 広報部 中島健太郎氏

〈コメント〉大変面白く、難しく、やりがいのある広報ですが、成果が見えにくい等共通する悩みがあると思います。それを共有し、考え、新たな発見をし、事業に広報の力を足して社会へしあわせを届ける機会としたいと思います。

〈プロフィール〉1969年神戸市生まれ。92年株式会社フェリシモに入社。商品企画・媒体（カタログ）制作・お客さま対応・ウェブサイトマネージャー・ブランドマネージャー・イベント企画運営・東北支援事業などを経て、2013年より広報部へ。発信の電子化と数・質の拡大、PRの社内意識向上連携共同の推進、社外コラボを積極的に進める。



《テーマ》グループ登壇。地方から全国に広げるメディアコミュニケーション

ブラザー工業株式会社 CSR&コミュニケーション部 広報チーム 主任 西恭平氏

1988年愛知県生まれ。2011年ブラザー工業株式会社に入社。商品企画部、財務部を経て、2017年から現職。広報担当として、メディアへの積極的な取材提案によるブラザーグループの露出拡大や、広告宣伝と一体となったメディアミックス活動などに尽力している。



ブラザー販売株式会社 マーケティング推進部 広報グループマネージャー 若山勝氏

1998年ブラザー販売株式会社に入社。ミシンの直営店、家電量販店、EC など各販売チャネルの営業部門からデジタルマーケティング、新規事業開発、事業所の管理部門を担当し 2021年から現職。広報では社内広報、SDGs 推進に注力。



PR TIMES カレッジについて

PR TIMES カレッジは、6万2,000社（2021年11月発表時点）にご利用いただくプレスリリース配信サービス「PR TIMES」が開催するPRの“学び”と“つながり”の場です。情報環境の変化を捉えながら今活かせる広報PRをオフラインで学び、交流できるコミュニティイベントです。2018年2月よりスタートし過去5回実施、延べ1,000人以上が参加。2019年以降、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により開催を見合わせていましたが、3年ぶりに再開いたします。



PR TIMES MAGAZINE 編集長 兼 PR TIMES カレッジ運営 丸花由加里

PR TIMES MAGAZINE は「広報PRの価値を広め、行動者発の情報が飛び交う世の中をつくるメディア」として活動しています。広報PRに正解はなく企業の数だけ、100社100通り。しかし、多くの情報が世の中に溢れ、検索すれば誰でも情報を得ることができ、その手段も広がっています。情報が溢れる世の中で、企業は届けたい相手にいかに届けることができるかを考える必要がある。受け取る側は欲しい情報を簡単に得られる一方、その情報が信用できるかを判断しなければならない。増える情報量、高まる検索性、広がる手段の選択肢、外部環境が変わるなかで企業の情報発信は問われています。行動者発の発信が飛び交う世の中をつくるメディアとして日々活動していますが、PR TIMES カレッジでは人が交わることで生まれる熱量でこの活動を加速させたいと思っています。熱量ある登壇者からの日頃は得られない“学び”。そして、その熱量ある参加者同士の“つながり”。この熱量ある“学び”と“つながり”の1日となるPR TIMES カレッジを開催します。



PR TIMES MAGAZINE

【PR TIMES MAGAZINE】<https://prtimes.jp/magazine/>



PR TIMES カレッジお申込みについて

◆対象者：次の条件1～3のいずれかを満たす、プレスリリース配信サービス「PR TIMES」ご利用企業さま

- ①PR TIMES を2022年に入り3件以上ご配信いただいている（対象期間：2022年1月～2022年4月）
- ②PR TIMES を直近6か月以内に6件以上ご配信いただいている（対象期間：2021年11月～2022年4月）
- ③PR TIMES を3年連続でご配信いただいている（対象期間：2020～2022年、もしくは2019年～2021年）

※1 社につき 1 名の参加とさせていただきます。2 名以上のお申し込みがあった場合、2 人目以降の方は無効となりますのでご調整のうえご応募いただけますようお願いいたします。

※営業、勧誘目的での参加はお断りしております。

◆応募期間：2022 年 4 月 11 日（月）～2022 年 4 月 25 日（月）23:59

◆参加費：無料

◆会場募集定員：750 名（東京会場 500 名、大阪会場 250 名）

※新型コロナウイルス感染症拡大の影響により変更させていただく場合がございます。

◆応募フォーム：<https://tayori.com/f/prtimes-college06/>

<参加確定のご連絡について>

ご応募のみでは参加確定をしておりません。5 月 11 日（水）までに事務局から参加権確定のメールをお送りします。そちらに対するご返信をもって確定となります。

※応募者多数の場合、厳正なる抽選をさせていただき、オンラインでの視聴をご案内させていただく場合があります。

※オンラインでの視聴の場合はイベント内容の都合上第一部のみのご参加となります。あらかじめご了承ください。

株式会社 PR TIMES について

PR TIMES（読み：ピーアールタイムズ）は、「行動者発の情報が、人の心を揺さぶる時代へ」をミッションに掲げ、企業とメディア、そして生活者をニュースでつなぐインターネットサービス「PR TIMES」を 2007 年 4 月より運営しています。報道機関向けの発表資料（プレスリリース）をメディア記者向けに配信するとともに、「PR TIMES」およびパートナーメディアに掲載し、生活者にも閲覧・シェアされています。利用企業数は 2021 年 11 月時点で 6 万 2000 社超、国内上場企業 49%超に利用いただいています。情報収集のため会員登録いただくメディア記者 2 万 2000 人超、サイトアクセス数は月間 5800 万 PV を突破、配信プレスリリース件数は累計 100 万件を超えています。全国紙 WEB サイト等含むパートナーメディア 200 媒体以上にコンテンツを掲載しています。



クライアントとメディアのパートナーとして広報 PR 支援を行う PR パートナー事業や、ストーリー配信サービス「PR TIMES STORY」の運営、動画 PR サービス「PR TIMES TV」「PR TIMES LIVE」の提供、タスク・プロジェクト管理ツール「Jooto」やクラウド情報整理ツール「Tayori」の運営も行っています。

【株式会社 PR TIMES 会社概要】

ミッション： 行動者発の情報が、人の心を揺さぶる時代へ

会社名： 株式会社 PR TIMES （東証プライム 証券コード：3922）

所在地： 東京都港区赤坂 1-11-44 赤坂インターシティ 8F

設立： 2005 年 12 月

代表取締役： 山口 拓己

事業内容： - プレスリリース配信サービス「PR TIMES」(<https://prtimes.jp/>) の運営

- ストーリー配信サービス「PR TIMES STORY」(<https://prtimes.jp/story/>) の運営

- 広報・PR の効果測定サービス「Web クリッピング」(<https://webclipping.jp/>) の運営

- クライアントとメディアのパートナーとして広報・PR 支援の実施

- 動画 PR サービス「PR TIMES TV」「PR TIMES LIVE」(<https://prtimes.jp/tv/>) の運営

- クラウド情報整理ツール「Tayori」(<https://tayori.com/>) の運営

- タスク・プロジェクト管理ツール「Jooto」(<https://www.jooto.com/>) の運営

- 広報 PR のナレッジを届けるメディア「PR TIMES MAGAZINE」(<https://prtimes.jp/magazine/>) の運営

- Web ニュースメディア運営、等

URL：<https://prtimes.co.jp/>

PR TIMES